Institut de la statistique Québec

S@voir.stat

COLLECTION l'économie du savoir

Volume 2, numéro 4

Juin 2002

Méthodologie de l'enquête

- La population visée est celle des entreprises québécoises possédant au moins 5 employés.
- La Base de données du registre des entreprises (BDRE) de Statistique Canada (version de juin 2001) a été utilisée comme base de sondage.
- L'échantillon aléatoire constitué de 2 665 entreprises a été stratifié selon cinq catégories de taille d'entreprise, soit de 5 à 9 employés, de 10 à 49 employés, de 50 à 199 employés, de 200 à 999 employés et 1 000 employés et plus. Les entreprises de 1 000 employés et plus ont été recensées.
- La collecte des données a été effectuée par téléphone entre le 29 novembre et le 21 décembre 2001, et entre le 7 et le 25 janvier 2002. Les entrevues téléphoniques ont été réalisées à l'aide d'un système informatisé de type CATI.
- Un total de 1 559 entrevues ont été complétées; le taux de réponse global s'élève à 68,5 %.

Ventilation des résultats

Les résultats de l'enquête sont ventilés selon trois catégories de taille d'entreprise (5 à 9 employés; 10 à 199 employés; 200 employés et plus) et cinq regroupements sectoriels qui représentent l'ensemble du secteur privé. Ces regroupements ont été choisis de manière à favoriser une répartition égale du nombre de répondants à l'enquête et à regrouper les secteurs d'activité au sein desquels l'approche par rapport aux TIC et au commerce électronique devait être relativement homogène, compte tenu de la nature des produits et des services vendus et du type de clientèle généralement desservie.

Table des matières

La pénétration des TIC en entreprise 2
Affaires et transactions électroniques 2
TIC et commerce électronique : une étroite corrélation avec la taille 3
D'importantes variations selon le secteur d'activité 4
Le positionnement du Québec sur la scène internationale 5
Synthèse des estimations selon la taille des entreprises 7
Sélection d'indicateurs de l'économie du savoir 8

L'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001

Les entreprises québécoises prennent-elles le virage des affaires électroniques? C'est en vue d'étudier cette question que l'Institut de la statistique du Québec a mis sur pied, en 2000, une nouvelle enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises. Fort de l'intérêt soulevé par les résultats de la première édition de l'enquête, l'Institut a décidé de renouveler celle-ci en 2001, en y apportant certaines modifications. D'une part, l'on a décidé d'exclure les petites entreprises de moins de 5 employés de la population sondée et d'y inclure celles qui comptent plus de 200 employés, afin de favoriser la qualité de nouvelles estimations ayant trait à la valeur des ventes effectuées par voie électronique. D'autre part, l'on a décidé d'élargir passablement le champ de l'enquête, en abordant plusieurs nouveaux sujets.

Plus particulièrement, l'édition 2001 de l'enquête poursuivait les objectifs suivants :

- suivre l'évolution de l'adoption de l'ordinateur, d'Internet, du Web et des transactions électroniques par les entreprises de 5 à 9 employés et de 10 à 199 employés;
- mesurer l'adoption de plusieurs autres technologies de l'information, dont l'intranet et l'extranet, au sein de ces deux groupes d'entreprises et des entreprises de 200 employés et plus;
- vérifier dans quelle mesure les entreprises ont recours à Internet pour divers processus d'affaires, tels que le suivi de la concurrence et le marketing ciblé;
- étudier les fonctionnalités des sites Web des entreprises québécoises : réception et paiement de commandes, service à la clientèle en ligne, etc.;
- pour la première fois au Québec, recueillir de l'information sur la valeur des ventes électroniques du secteur privé, notamment quant à leur répartition en matière de type de clientèle et de géographie;
- identifier les principaux bénéfices du commerce électronique, de même que les freins à son développement.

Tout comme en 2000, les définitions utilisées pour mesurer l'adoption du commerce électronique sont celles de l'OCDE.

Cette édition du S@voir.stat présente quelques-uns des points saillants de l'enquête. L'ensemble des résultats fait l'objet d'un rapport intitulé *L'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*, qui est disponible gratuitement en format PDF sur le site Web de l'ISQ*.

*[http://www.stat.gouv.qc.ca/savoir/publications]

2007-03775/

La pénétration des TIC en entreprise

La quasi-totalité des entreprises québécoises de 5 employés et plus se servent de l'ordinateur à la fin de l'année 2001, soit 90 % d'entre elles. L'adoption de l'informatique semble avoir atteint un plafond : la situation observée en 2001 est similaire à celle des années 1999 et 2000 et devrait peu changer en 2002 (voir la figure 1 ci-contre).

Le taux de branchement à Internet des entreprises semble également avoir atteint un maximum, du moins à l'examen des tarifs et usages en cours. En effet, 70 % des entreprises sont branchées à Internet en 2001, soit une proportion similaire à celle que l'on estimait en 2000. De plus, seul un 5 % additionnel d'entreprises avaient l'intention, à la fin de l'année 2001, de se relier au « réseau des réseaux » au cours des 12 mois à venir.

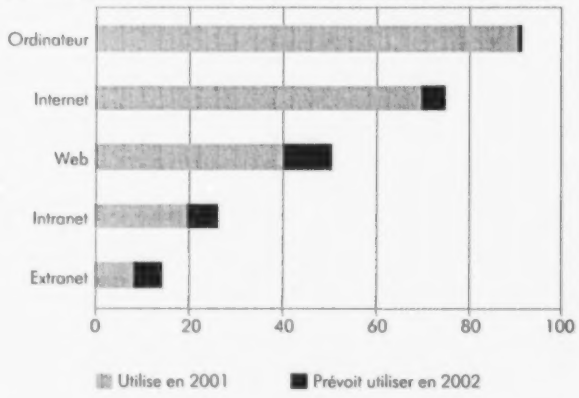
Les changements du côté de la connectivité sont plus susceptibles de se faire sentir au niveau des modes de connexion utilisés, puisque environ la moitié des entreprises de 5 employés et plus sont exclusivement reliées à Internet à basse vitesse en 2001 (débit de connexion de 56 Kbps ou moins). Environ le tiers disposent d'une connexion de type LNPA ou modem câble et le cinquième, d'un autre type de connexion haute vitesse (RNIS, T1, etc.).

Quelque 58 % des entreprises branchées à Internet diffusent de l'information sur le Web, soit 40 % de l'ensemble des entreprises de 5 employés et plus. Cette proportion est appelée à augmenter sensiblement en 2002, puisque près de 40 % des entreprises branchées mais non présentes sur le Web à la fin de 2001 comptaient commencer à diffuser de l'information sur la toile au cours des 12 mois suivants. La réalisation de ces intentions ferait grimper le taux de présence sur le Web de l'ensemble des entreprises québécoises de 11 points de pourcentage, à 51 %.

La majorité des entreprises présentes sur la toile en 2001 possèdent leur propre site Web, soit 78 % d'entre elles. Environ trois sur dix diffusent de l'information par l'entremise du site d'une tierce partie, tel que celui d'une association dont elles sont membres, ou encore une place d'affaires électroniques (ou « portail »).

Figure 1

Proportion d'entreprises utilisant ou prévoyant utiliser diverses technologies de l'information, Québec, 2001



Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001.*

L'intranet commence à se répandre en entreprise : environ trois firmes branchées sur dix en possèdent un en 2001, soit 20 % de l'ensemble des entreprises québécoises de 5 employés et plus. D'autre part, quelque 3 800 firmes prévoyaient se doter d'un tel système d'information et de communication interne avant la fin de l'année 2002, ce qui ferait passer le taux de pénétration global de l'intranet en entreprise à 25 %.

Encore relativement peu d'entreprises partagent des ressources informationnelles avec leurs partenaires d'affaires par l'entremise d'un extranet. En effet, seulement 12 % des entreprises branchées à Internet ont recours à cette technologie, soit 8 % de l'ensemble des entreprises québécoises de 5 employés et plus. Les prévisions de croissance pour 2002 s'avèrent toutefois bonnes, puisqu'un 6 % additionnel d'entreprises, environ, prévoyaient mettre en place un extranet au cours de l'année.

Affaires et transactions électroniques

Internet fait maintenant partie des processus d'affaires de nombre d'entreprises : 36 % l'utilisent pour des transactions financières (remises gouvernementales, consultation de soldes bancaires, etc.), 24 %, pour surveiller la concurrence, 24 % également, pour faire du marketing ciblé auprès de leur clientèle (à l'aide de listes de distribution et de courriels personnalisés, par exemple) et 12 %, pour se réseauter avec leur industrie par l'entremise d'une place d'affaires électroniques (ou « portail »).

D'autre part, une importante proportion d'entreprises ont recours au réseau pour leurs achats : 44 % se servent d'Internet pour rechercher de l'information sur les fournitures qu'elles doivent acheter, alors que 30 % ont commandé des produits ou services en ligne au cours de l'année 2001.

L'utilisation d'Internet pour la vente est également assez répandue, surtout en ce qui concerne la promotion de l'offre des entreprises. En effet, le tiers des entreprises québécoises de 5 employés et plus décrivent leurs produits et services sur le Web, en 2001. Environ la moitié moins (15 %) se servent également de la toile pour faire du service après-vente, c'est-à-dire pour recevoir des demandes d'information, des plaintes ou des commentaires de la part de leurs clients.

Environ 14 % des entreprises québécoises reçoivent des commandes par Internet en 2001 (que ce soit au moyen du courrier électronique, d'un site Web, d'une place d'affaires électroniques ou encore de l'EDI sur Internet). Cette pratique devrait connaître une assez bonne progression en 2002, puisque 14 % des entreprises branchées qui n'offraient pas à leur clientèle de

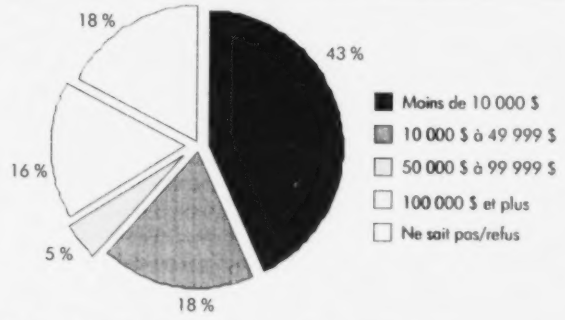
commander leurs produits et services en ligne avaient l'intention de le faire avant la fin de 2002. Soulignons que seulement 2 % reçoivent des commandes par le biais de l'EDI sur réseaux propriétaires en 2001 et que les intentions de mettre en place un tel système EDI au cours de l'année 2002 sont pour ainsi dire nulles.

La prise de commandes par Internet est un phénomène encore jeune pour les entreprises québécoises : un peu plus du tiers de celles qui reçoivent des commandes de cette façon le font depuis moins d'un an, à la fin de l'année 2001. Les places d'affaires électroniques et l'EDI sur Internet étant encore peu répandus, c'est surtout par l'entremise du site Web (58 %) et du courrier électronique (83 %) que les commandes Internet sont acheminées. Soulignons que la proportion d'entreprises qui reçoivent leurs commandes Internet exclusivement par courrier électronique, et donc, présume-t-on, sans intégration avec les autres processus reliés à la vente (facturation, gestion des inventaires, etc.), s'élève à 31 %. Malgré cela, l'accélération des processus d'affaires est le bénéfice du commerce électronique cité par le plus grand nombre d'entreprises recevant des commandes par voie électronique en 2001, *ex æquo* avec la qualité du service à la clientèle (62 %).

Ainsi que l'illustre la figure 2, les ventes réalisées au moyen d'Internet en 2001 s'avèrent marginales pour plusieurs entreprises : dans 43 % des cas, elles ont totalisé moins de 10 000 $. Ces ventes représentent tout de même 100 000 $ ou plus pour environ 16 % des entreprises concernées. Soulignons qu'une importante proportion d'entreprises (18 %) ne voulaient, ou ne pouvaient, spécifier la valeur de leurs ventes Internet.

En moyenne, les entreprises destinent la moitié des ventes qu'elles réalisent au moyen de commandes reçues par Internet à des

Figure 2
Répartition des entreprises ayant fait des ventes Internet selon la valeur de ces ventes, Québec, 2001



Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*.

consommateurs et la moitié à des organisations. La répartition des ventes Internet au niveau géographique révèle une prépondérance de clients québécois : en moyenne, par entreprise, 70 % sont expédiées au Québec, 10 % dans le reste du Canada et 20 % à l'étranger.

Nombre d'entreprises jugent que leurs produits et services ne se prêtent pas à la commande par voie électronique, soit 70 % de l'ensemble des entreprises informatisées en 2001. Parmi celles qui estiment que la nature de leurs produits est compatible avec les transactions électroniques, plusieurs identifient les « problèmes de logistique » et « l'incertitude concernant les contrats de vente » comme étant des freins importants au développement du commerce électronique.

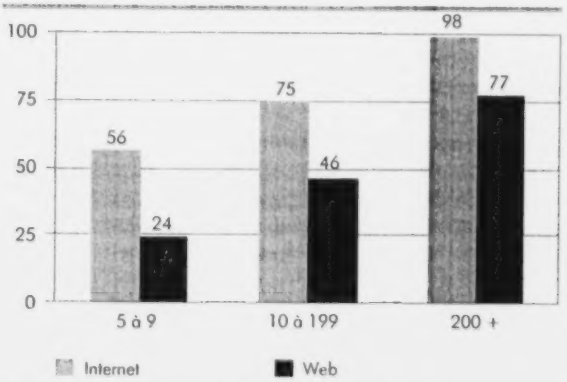
TIC et commerce électronique : une étroite corrélation avec la taille

L'adoption des TIC varie sensiblement selon la taille des entreprises. Ainsi, si la totalité des entreprises de 200 employés et plus sont informatisées et branchées à Internet à la fin de 2001, il en est autrement des petites entreprises comptant entre 5 et 9 employés : 18 % n'utilisent pas l'ordinateur alors que 44 % ne sont pas reliées à Internet. D'autre part, la proportion d'entreprises présentes sur le Web ne s'élève qu'à 24 % chez celles qui comptent entre 5 et 9 employés comparativement à 77 % chez celles qui en ont 200 ou plus.

Les petites entreprises branchées à Internet sont encore très nombreuses à utiliser exclusivement une connexion à basse vitesse (50 % comparativement à 13 % pour les entreprises de 200 employés ou plus). Également, une bonne proportion des petites entreprises présentes sur le Web diffusent de l'information par l'entremise du site d'une tierce partie (44 %); seulement 63 % possèdent leur propre site Web, comparativement à 91 % pour les grandes entreprises.

Enfin, l'adoption de l'intranet et, surtout, de l'extranet, reste l'apanage des grandes entreprises en 2001. En effet, la proportion d'entreprises dotées d'un intranet varie de 10 % chez celles qui ont entre 5 et 9 employés à 72 % chez celles qui en ont 200 et plus, alors que les taux de pénétration de l'extranet varient de 4 % chez les petites entreprises à 37 % chez les grandes. L'écart

Figure 3
Branchement Internet et présence sur le Web selon le nombre d'employés, Québec, 2001



Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*.

entre les entreprises de différentes tailles pourrait d'ailleurs se creuser en 2002 en ce qui a trait à ces deux technologies, puisque les intentions de les mettre en place semblent être plus importantes chez les grandes entreprises que chez les petites. En

effet, environ 10 % des entreprises de 200 employés et plus prévoient développer un intranet au cours de l'année, comparativement à quelque 4 % des entreprises ayant entre 5 et 9 employés. En ce qui concerne l'extranet, les proportions s'élèvent respectivement à 17 % et 3 %.

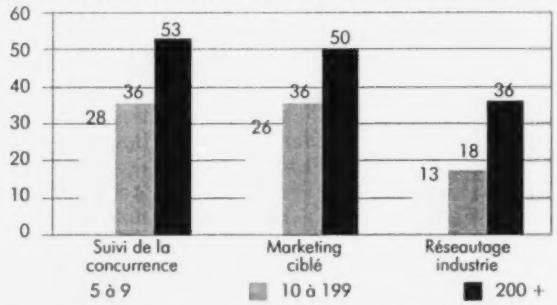
Observe-t-on également des différences entre les entreprises de diverses tailles, en ce qui concerne l'utilisation d'Internet pour différents processus d'affaires? La réponse est oui : parmi les entreprises branchées à Internet, on remarque que les plus grandes sont plus susceptibles d'avoir recours au réseau pour surveiller la concurrence, faire du marketing ciblé et se réseauter avec leur industrie au moyen d'une place d'affaires électroniques. Toutefois, il est intéressant de souligner qu'il n'y a pas de différence significative selon la taille en ce qui concerne l'utilisation d'Internet pour les transactions financières ou la recherche d'information sur les fournitures à acheter, parmi les entreprises qui disposent d'une connexion au réseau.

Les transactions électroniques sont beaucoup plus répandues au sein des grandes entreprises qu'au sein des petites en 2001, que ce soit pour les achats ou pour la vente. En particulier, l'utilisation d'Internet pour commander des produits et services atteint un taux de 68 % chez les grandes entreprises branchées, comparativement à 36 % pour les petites entreprises utilisant Internet. De même, 30 % des grandes entreprises ont reçu des commandes par l'entremise d'Internet en 2001, parmi celles qui font usage d'Internet, comparativement à 13 % des petites entreprises. Les grandes entreprises sont d'ailleurs beaucoup plus nombreuses, en proportion, à juger que leurs produits et services sont compatibles avec la commande électronique (48 % comparativement à 22 % pour les petites).

Néanmoins, de par leur nombre important, les petites et moyennes entreprises constituent le noyau des entreprises québécoises

Figure 4

Proportion d'entreprises branchées utilisant Internet pour divers processus d'affaires selon le nombre d'employés, Québec, 2001



Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001.*

qui réalisent des ventes Internet en 2001 : seulement 8 % de ces dernières ont 200 employés ou moins alors que 76 % en comptent entre 10 et 199 et 16 %, entre 5 et 9.

Les petites entreprises desservent généralement une clientèle plus locale que les grandes entreprises. Ainsi, il est intéressant de noter que parmi les entreprises ayant reçu des commandes par voie électronique en 2001, les plus petites sont en proportion plus nombreuses que les grandes à juger que cela leur a été bénéfique au niveau de l'élargissement géographique de leur clientèle (64 % chez les 5 à 9 employés comparativement à 40 % chez les 10 à 199 employés et à 29 % chez les 200 employés et plus).

Soulignons que l'on trouve en page 7 un tableau synthèse des résultats de l'enquête selon la taille des entreprises.

D'importantes variations selon le secteur d'activité

L'adoption des TIC se fait à un rythme différent selon le secteur d'activité. De façon générale, les entreprises qui offrent des services à d'autres entreprises (soit les entreprises du regroupement sectoriel « services aux entreprises » – voir l'encadré ci-contre) sont à l'avant-garde en matière d'utilisation des TIC. Elles sont en effet plus nombreuses, en proportion, à se servir d'Internet (84 % comparativement à 70 % pour l'ensemble des entreprises), à être présentes sur le Web (51 % comparativement à 40 %), à utiliser un intranet (34 % comparativement à 20 %) et à être dotées d'un extranet (15 % comparativement à 8 %). De plus, au sein des firmes branchées à Internet, ce sont ces entreprises qui sont les plus portées à utiliser une connexion haute vitesse. Également, elles sont les plus susceptibles d'avoir leur propre site Web, parmi celles qui sont présentes sur la toile, et à se servir du protocole SSL pour recueillir de l'information auprès de leurs usagers de façon confidentielle.

Les entreprises du regroupement « services aux entreprises » sont également parmi les plus actives en matière d'affaires et de transactions électroniques, au sein même des entreprises branchées à Internet. Ce sont les plus nombreuses, en proportion, à avoir recours à Internet pour magasiner (76 %) et pour passer des commandes (53 %), et elles font partie de celles qui sont les plus susceptibles d'utiliser le réseau pour surveiller leur concurrence (39 %). La proportion de celles qui reçoivent des commandes

Description des regroupements sectoriels utilisés aux fins de l'enquête

Production de biens – regroupement d'entreprises qui produisent des biens : secteur primaire; construction; fabrication.

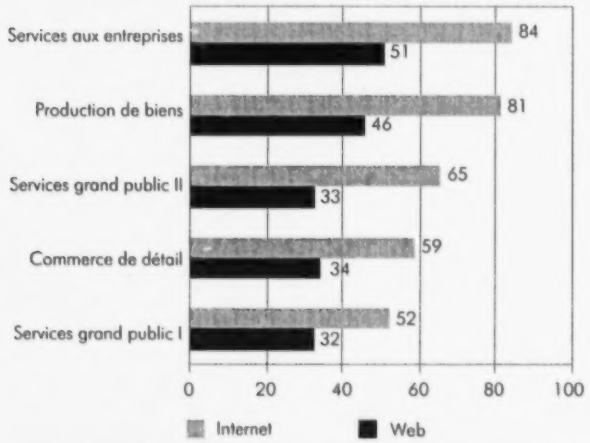
Services aux entreprises – regroupement d'entreprises dont la clientèle est principalement constituée d'organisations : commerce de gros; transport et entreposage; industrie de l'information et industrie culturelle; services professionnels, scientifiques et techniques; gestion de sociétés et d'entreprises; services administratifs, de soutien, de gestion des déchets et d'assainissement.

Commerce de détail – regroupement d'entreprises œuvrant dans le secteur du commerce de détail.

Services grand public I – regroupement d'entreprises dont les services sont principalement destinés au grand public et qui sont susceptibles de pouvoir être commandés à distance : finances et assurances; services immobiliers et services de location et de location à bail; hébergement et services de restauration; arts, spectacles et loisirs.

Services grand public II – regroupement d'entreprises dont les services sont principalement destinés au grand public et qui sont peu susceptibles d'être commandés à distance : services d'enseignement (partie privée); soins de santé et assistance sociale (partie privée); services publics (partie privée); autres services sauf les administrations publiques (réparation et entretien, services personnels, etc.).

Figure 5
Branchement Internet et présence sur le Web selon le secteur d'activité, Québec, 2001

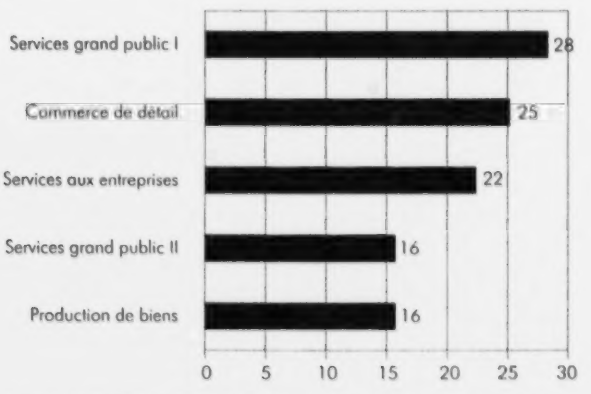


Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*.

par l'entremise d'Internet s'avère toutefois comparable à la moyenne (22 % comparativement à 21 % pour l'ensemble des entreprises branchées à Internet).

Les entreprises du secteur de la production de biens présentent aussi des taux de branchement à Internet (81 %) et, semble-t-il, de présence sur le Web (46 %) supérieurs à la moyenne. Malgré cela, elles affichent des taux d'adoption de l'intranet (13 %) et de l'extranet (5 %) relativement faibles. Bien qu'elles semblent être en proportion plus nombreuses que la moyenne à se servir d'Internet pour rechercher de l'information sur les fournitures à acheter (71 % ± 6 % comparativement à 64 % ± 4 %), les entreprises branchées de ce regroupement sectoriel ont peu recours au réseau pour passer des commandes (39 % ± 7 % comparativement à 44 % ± 4 % pour la moyenne). La proportion de celles qui reçoivent des commandes par l'entremise d'Internet est également relativement peu élevée (16 %), ce qui

Figure 6
Proportion d'entreprises branchées recevant des commandes par Internet selon le secteur, Québec, 2001



Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*.

s'explique en partie par le fait qu'environ les trois quarts jugent que leurs produits et services ne se prêtent pas aux transactions électroniques.

Parmi les entreprises utilisant Internet en 2001, celles qui relèvent du regroupement sectoriel intitulé « services grand public I », c'est-à-dire des secteurs des finances et assurances, des services immobiliers et de location, de l'hébergement et de la restauration, et des arts, spectacles et loisirs, sont parmi les plus nombreuses, proportionnellement, à recevoir des commandes par Internet (28 %). Ce secteur se distingue des autres au niveau du mode de livraison des ventes Internet : la livraison sur place y est plus populaire (64 % comparativement à 34 % en moyenne), de même que la livraison numérique, c'est-à-dire directement par l'entremise d'Internet (36 % comparativement à 15 %). Enfin, les entreprises de ce secteur qui reçoivent des commandes par voie électronique sont plus susceptibles que la moyenne de juger que le commerce électronique leur est bénéfique pour le développement de nouveaux produits et services (60 % comparativement à 38 %) et pour la réduction des coûts (54 % comparativement à 39 %).

Les entreprises branchées du secteur « services grand public I » s'avèrent donc particulièrement actives en matière de commerce électronique. Il faut cependant souligner que, globalement, c'est ce secteur qui affiche le plus faible taux de branchement à Internet en 2001, avec celui du commerce de détail.

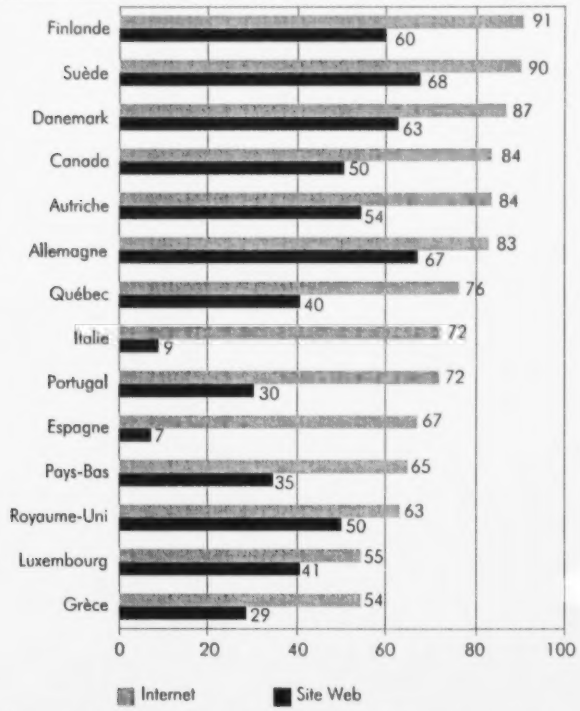
Relativement peu branchées à Internet, les entreprises du commerce de détail sont également peu nombreuses à être présentes sur le Web (34 %). Les taux de pénétration de l'intranet et de l'extranet au sein de ce secteur d'activité (respectivement 20 % et 9 %) sont toutefois dans la moyenne. Ainsi que l'illustre la figure 6, la réception de commandes par Internet y est relativement répandue : le quart des entreprises branchées du commerce de détail prennent des commandes en ligne en 2001, soit 14 % de l'ensemble des entreprises du secteur. Quelque 60 % de ces dernières ont recours à la poste pour livrer leurs ventes Internet, alors que 53 % les remettent aux clients en personne, après que ceux-ci se sont déplacés.

Dernier regroupement sectoriel à l'étude, celui des « services grand public II » regroupe les entreprises privées des secteurs de l'enseignement, de la santé, des services publics et des « autres services » (réparation, entretien, soins personnels, etc.). Ce secteur affiche des taux d'adoption des TIC qui sont parmi les plus faibles, que ce soit pour Internet (65 %), la diffusion d'information sur le Web (33 %), l'intranet (15 %) ou l'extranet (7 %).

De plus, on remarque que parmi les entreprises présentes sur le Web, celles qui relèvent de ce secteur sont les moins nombreuses, en proportion, à posséder leur propre site (57 %) : la moitié diffusent de l'information par l'entremise du site d'une tierce partie. D'autre part, les entreprises branchées de ce secteur ne sont pas très actives en matière de commerce électronique. En effet, ce sont celles qui ont le moins recours à Internet pour magasiner (46 %) et pour passer des commandes (32 %). De plus, peu d'entre elles acceptent des commandes par l'entremise d'Internet (16 %, soit le plus faible taux, ex æquo avec celui des entreprises du secteur de la production de biens). Une proportion très élevée, soit 77 %, estiment d'ailleurs que la nature même de leurs produits et services ne se prête pas à la commande électronique.

Parmi les pays pour lesquels nous disposons de données comparables, ce sont la Finlande et la Suède qui affichent les plus hauts taux d'adoption d'Internet en entreprise, en 2001. En effet, 90 % des entreprises de 10 employés et plus qui appartiennent à certains secteurs d'activité[1] y sont branchées à Internet. Le Danemark, le Canada, l'Autriche et l'Allemagne affichent des taux s'élevant dans les 80 %; le Québec suit de près, avec une proportion de 76 %.

Figure 7
Branchement à Internet et présence sur le Web des entreprises de 10 employés et plus, portion du secteur privé, 2001



Sources : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001.*
Eurostat, *Enquête pilote sur le commerce électronique 2001.*
Statistique Canada, *Enquête Commerce électronique et technologie 2001*, compilation spéciale pour l'ISQ.

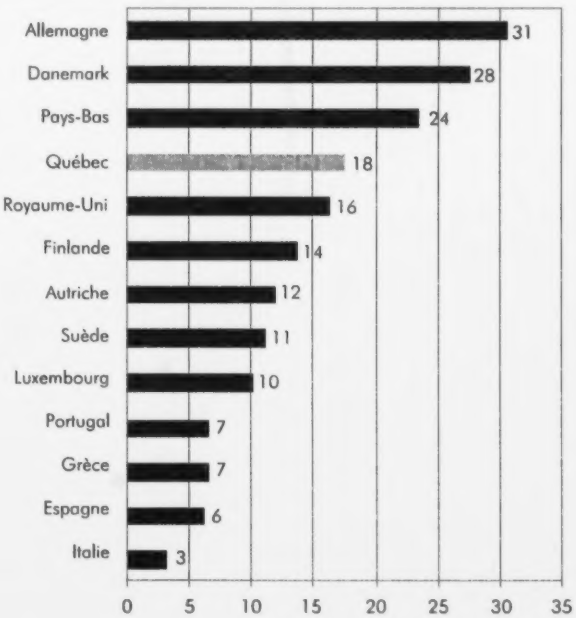
La position relative du Québec s'avère moins bonne en ce qui concerne la possession d'un site Web. D'une part, l'écart se creuse avec les pays les plus branchés; par exemple, 27 points de pourcentage séparent les entreprises québécoises et suédoises en la matière, comparativement à 14 points de pourcentage en ce qui a trait au branchement à Internet. D'autre part, on remarque que des pays affichant des taux de branchement inférieurs à celui du Québec, soit le Luxembourg et le Royaume-Uni, enregistrent néanmoins des taux de possession d'un site Web égaux ou supérieurs.

Ce sont les entreprises allemandes et danoises qui sont les plus nombreuses, en proportion, à accepter des commandes par voie électronique en 2001 (c'est-à-dire par Internet ou par EDI sur réseaux propriétaires). Les Pays-Bas suivent, puis vient le Québec, avec un taux de 18 %.

Les données pour le Canada ne sont pas disponibles à ce chapitre. Par contre, Statistique Canada estime que la proportion d'entreprises canadiennes qui reçoivent des commandes par Internet (uniquement) s'élève à 12 % en 2001 (toujours en ce qui concerne les entreprises de 10 employés et plus qui relèvent des secteurs d'activité sélectionnés aux fins de comparaison). La proportion observée au Québec s'avère légèrement supérieure, à 15 %.

La perception des bénéfices du commerce électronique n'est pas la même au Québec que dans la majorité des pays européens. En effet, les entreprises québécoises identifient d'abord et avant tout la qualité du service à la clientèle et l'accélération des processus d'affaires; en Europe, c'est généralement l'augmentation du nombre de clients qui constitue le bénéfice identifié par le plus grand nombre d'entreprises.

Figure 8
Proportion d'entreprises recevant des commandes par voie électronique, 2001



Sources : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001.*
Eurostat, *Enquête pilote sur le commerce électronique 2001.*
compilation spéciale pour l'ISQ.

1. À des fins de comparaison avec des enquêtes d'Eurostat et de Statistique Canada, les données statistiques utilisées pour positionner le Québec sur la scène internationale font référence à une portion seulement du secteur privé, soit l'ensemble de ce dernier à l'exception du secteur primaire, de la construction, des services publics, de la santé, de l'enseignement, des arts, spectacles et loisirs et des services personnels. À noter que la couverture sectorielle pour l'Allemagne, le Danemark, la Finlande, les Pays-Bas et le Royaume-Uni diffère quelque peu; voir l'annexe II du rapport d'enquête *L'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001* pour plus d'information.

Synthèse des estimations selon la taille des entreprises

L'adoption des technologies de l'information et des communications (TIC) et du commerce électronique selon la taille des entreprises, Québec, 2001

	5 à 9 employés		10 à 199 employés		200 employés et plus	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Les taux de pénétration des TIC						
Ordinateur	82,4	A	93,7	A	100,0	A
Réseau local	37,5	B	63,4	A	91,9	A
Courrier électronique[1]	50,4	B	72,8	A	99,7	A
Internet	55,8	B	74,7	A	98,4	A
Diffusion d'information sur le Web	24,0	C	45,7	A	76,9	B
Intranet	9,8	D	21,6	B	72,4	B
Extranet	4,0	E	8,7	C	37,1	C
La proportion d'entreprises prévoyant adopter les TIC en 2002						
Ordinateur	3,2	E	0,3	E	-	-
Réseau local	3,4	E	3,0	D	6,1	E
Courrier électronique[1]	8,0	D	5,4	D	...	...
Internet	4,5	D	5,8	D	0,3	E
Diffusion d'information sur le Web	12,0	D	10,2	C	10,0	E
Intranet	4,3	E	7,2	D	9,5	E
Extranet	3,0	E	7,2	D	17,4	E
L'utilisation d'Internet pour divers processus d'affaires						
Magasinage des fournitures à acheter	33,6	B	47,4	A	78,5	B
Transactions financières	26,2	B	39,3	B	54,4	C
Suivi de la concurrence	15,3	C	26,5	B	52,3	C
Marketing ciblé (liste de distribution, courriels personnalisés, etc.)	14,1	C	26,6	B	49,0	C
Réseautage avec l'industrie via une place d'affaires électroniques[2]	7,3	D	13,0	C	35,7	D
L'utilisation du Web pour divers processus d'affaires						
Description des produits et services	20,3	C	38,7	C	68,9	B
Prise de commandes	3,2	E	11,7	C	26,6	D
Paiement des produits et services	1,9	E	6,4	D	11,4	E
Échange d'information chiffrée par SSL[3]	3,1	E	6,6	D	29,2	D
Service après-vente	8,3	D	17,7	B	30,1	C
L'utilisation de l'EDI propriétaire pour les transactions[4]						
La commande de produits et services	0,9	E	1,6	E	12,7	D
La réception de commandes	0,1	E	2,6	D	19,1	D
L'utilisation d'Internet pour les transactions[5]						
La commande de produits et services	19,9	C	32,6	B	67,0	B
La réception de commandes	7,2	D	16,8	B	29,1	D

Cote pour la précision : A : excellent; B : très bon; C : bon; D : passable; E : faible, à utiliser avec circonspection.

Notes :

1. Le courrier électronique englobe à la fois le courrier par Internet et le courrier sur d'autres réseaux informatiques.
2. La définition donnée dans le questionnaire d'enquête pour les « places d'affaires électroniques » était la suivante : Il s'agit de sites Web dédiés aux affaires électroniques qui mettent en relation plusieurs agents. Entre autres services, on peut y trouver des enchères, des regroupements d'achat et des appels d'offre. On les appelle aussi des « portails ».
3. Le questionnaire d'enquête précisait que le chiffrement par SSL fait référence au chiffrement de l'information qui est échangée entre l'usager d'un site Web et le serveur qui héberge le site, afin d'en protéger la confidentialité. Le chiffrement se fait à l'aide du protocole SSL (*Secure Socket Layers*).
4. L'EDI propriétaire fait référence aux commandes EDI acheminées par l'entremise de réseaux à valeur ajoutée.
5. Les transactions par Internet font référence aux commandes acheminées par l'entremise du courrier électronique, d'un site Web, d'une place d'affaires électroniques, de l'EDI sur Internet, etc. Les commandes peuvent ne pas être payées en ligne.

\- Néant

... Donnée n'ayant pas lieu de figurer, son degré de précision étant trop faible.

Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'adoption du commerce électronique par les entreprises québécoises en 2001*.

Sélection d'indicateurs de l'économie du savoir au Québec

Dépenses intra-muros de R-D (DIRD)[1]

	Québec			Ontario			Canada		
	1997r	1998r	1999	1997r	1998r	1999	1997r	1998r	1999
DIRD (millions $)	4 018	4 371	4 863	7 640	8 289	8 707	14 824	16 133	17 243
DIRD en % du PIB	2,14	2,26	2,38	2,14	2,22	2,19	1,69	1,79	1,80
DIRD par habitant ($)	550	597	662	679	728	756	494	533	565

Dépenses totales intra-muros au titre de la R-D industrielle[2]

	Québec			Ontario			Canada		
	1997r	1998r	1999p	1997r	1998r	1999p	1997r	1998r	1999p
					'000 000				
Agriculture, pêche et exploitation forestière	12	14	13	21	21	23	64	66	58
Mines et puits de pétrole	22	16	17	30	27	28	199	155	120
Fabrication	1 593	1 693	1 767	3 552	4 027	4 161	5 721	6 425	6 558
Construction	23	12	12	9	4	5	38	24	26
Services publics	103	134	110	76	75	67	186	216	185
Services	781	930	1 068	1 157	1 162	1 160	2 573	2 736	2 872
Total des industries	**2 534**	**2 801**	**2 987**	**4 845**	**5 317**	**5 444**	**8 781**	**9 623**	**9 820**

Exportations manufacturières par niveau technologique[3]

	Québec			Canada			Part du Québec dans les exportations du Canada		
	1991	1996	2000	1991	1996	2000	1991	1996	2000
			'000 000					%	
Haute technologie	**6 244**	**10 676**	**22 459**	**14 123**	**26 039**	**47 091**	**44,2**	**41,0**	**47,7**
Moyenne haute technologie	3 734	8 685	12 506	49 596	98 425	146 914	7,5	8,8	8,5
Moyenne faible technologie	5 414	11 313	13 937	19 150	37 722	51 191	28,3	30,0	27,2
Faible technologie	7 862	15 476	20 745	37 737	69 633	88 855	20,8	22,2	23,3
Total manufacturier	**23 253**	**46 150**	**69 647**	**120 605**	**231 820**	**334 051**	**19,3**	**19,9**	**20,8**

Utilisation des TIC par les ménages[4]

	Québec			Ontario			Canada		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Branchement à Internet (%)	15,6	21,2	33,2	25,5	32,0	44,1	22,6	28,7	40,1
Commandes sur Internet (%)	...	3,6	7,7	...	8,3	14,5	...	6,9	12,3
Valeur des commandes sur Internet (million $)	...	38,0	144,0	...	185,0	529,0	...	417,0	1 105,0

1. Source : Statistique Canada, Bulletin de service, *Statistique des sciences*, Vol. 25, nº 8, novembre 2001 (88-001-XIB); *L'Observateur économique canadien*, mensuel, août 2001 (11-010-XPB); CANSIM II, Tableau 051-0005, données de juillet.
2. Source : Statistique Canada, *Recherche et développement industriels, perspectives 2001*, octobre 2001 (88-202-X1B).
3. Source : Institut de la statistique du Québec, Direction des statistiques économiques et sociales.
4. Source : Estimations produites par l'ISQ à partir des fichiers de microdonnées de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison de Statistique Canada.

Ce numéro de Savoir.stat est réalisé par :
Brigitte Poussart, économiste
brigitte.poussart@stat.gouv.qc.ca

Prochain bulletin :
Christiane Charron, économiste
christiane.charron@stat.gouv.qc.ca

Sous la coordination de :
Christiane Charron, économiste
Direction des statistiques économiques et sociales
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : (418) 691-2408 ou 1 800 463-4090 (sans frais)
Télécopieur : (418) 643-4129

La version PDF de ce document est disponible à l'adresse électronique suivante :
www.stat.gouv.qc.ca/savoir

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec
Deuxième trimestre 2002
ISSN 1492-899X

© Gouvernement du Québec

Institut de la statistique Québec